

KOMUNIKASI DALAM PERUBAHAN SOSIAL

Satria Kusuma

Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis dan Ilmu Komunikasi
Universitas Atma Jaya, Jakarta

Abstract

This article describes the position of communication and media in social change and development in Indonesia, viewing the use of media and what can be done by the media. Media function as a conduit of information, as the decision-making in the hope of a change in attitudes, beliefs and social norms, and as an educator does not meet expectation. There is a need for enhanced participation from whom are taking part in a process of communication to attain a common focus in looking at the problems faced. The problem is how far the speed of socioeconomic growth according to the intensity the media usage. Which functions can be carried out independently by the media, as well as which function where the media can only support the changes.

Keywords: *the role of media, communication media, social communication, development communication.*

Interact:

Vol.1, No.1, Hal. 42-54.

Mei, 2012

Prodi. Ilmu Komunikasi,
Universitas Atma Jaya

I. Pendahuluan

Teknologi komunikasi yang bersifat kolektif semestinya tidak sekedar sebagai sarana mempermudah menembus ruang dan waktu dalam cara menyampaikan pesan. Demikian pula dalam menggunakan media tidak sebatas interaksi komunitas dengan kesamaan kepentingan tertentu saja, melainkan media yang diharapkan memiliki fungsi sosial. Hasil penelitian Dr. Yanuar Nugroho, peneliti dari University of Manchester dengan HIVOS Asia tenggara mengenai “Media Sosial Sebagai Pemantik Perubahan Sosial di Indonesia” dalam sebuah kuliah publik bulan Mei 2011 di Pusat Kebudayaan Jerman Jakarta, menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara cara aktivisme sipil dibentuk oleh penggunaan media sosial, cara internet dan media sosial menjalankan peran sebagai “pentas” untuk aktivisme sipil. Dinyatakan bahwa ada korelasi positif antara media sosial terhadap perubahan sosial. Aktivisme sipil Indonesia, contohnya berbagai gerakan dukungan di Facebook, berpotensi mengangkat isu-isu sosial publik, dan memungkinkan terjadinya perubahan di masyarakat secara lebih luas.

Namun segala bentuk aktivitas media sosial secara *online* pun harus diikuti oleh kegiatan *offline*. Publik harus berpartisipasi tak hanya di media semacam Twitter atau Facebook, melainkan juga dalam bentuk langkah konkret yang nyata. Media sosial mempunyai nilai strategis untuk menarik picu, tetapi suatu perubahan baru bisa terwujud bila komunitas masyarakat menggagas tindakan. Carl I Hovland menyatakan bahwa media memberikan pengaruh terhadap perubahan opini dan pernyataan secara lisan tahap-tahap lain pada tingkah laku seperti aksi sosial. Bagaimana mengubah cara seseorang menangkap masalah dan bagaimana perubahan penangkapannya itu mengubah kegiatan-kegiatan lainnya?

Menurut Rogers dan Adhikarya, pendekatan baru dalam proses komunikasi antar-manusia, berupa pendekatan konvergensi yang didasarkan pada model komunikasi

yang sirkular, telah menggantikan pendekatan model linear. Pendekatan konvergensi berusaha menuju suatu pengertian yang lebih bersifat timbal-balik di antara partisipan komunikasi dalam hal pengertian, kebutuhan, ataupun titik pandang. Selain itu, diketengahkan pula perlunya ditingkatkan partisipasi semua pihak yang ikut dalam suatu proses komunikasi, demi tercapainya suatu fokus bersama dalam memandang permasalahan yang dihadapi. Dengan perkataan lain, pendekatan ini bertolak dari dialog antar semua pihak. Kegiatan berkomunikasi ini adakalanya menyesuaikan akan ketersediaan teknologi, tergantung pada tujuan masing-masing. Teknologi komunikasi baru adalah salah satu pendorong perubahan-perubahan sosial di masyarakat. Modernisasi teknologi komunikasi menyebabkan pengawasan masyarakat menjadi lebih penting, walaupun lebih sukar dilaksanakan (Rogers, 1986). Media komunikasi adalah alat kultural yang mendorong atau mempengaruhi sikap, memberi motivasi, mengembangkan pola tingkah laku dan menyebabkan integrasi sosial (MacBride, 1983).

Keberadaan media komunikasi dengan konsep etika media massa, merupakan upaya penyebaran informasi dan interpretasi yang seobyektif mungkin. Media massa berperan sebagai penghubung antar kelompok sosial dengan ranah kebangsaan yang bertanggungjawab untuk menyampaikan nilai-nilai luhur. Awalnya media massa hadir untuk memfasilitasi kegiatan interaksi antar individu, masyarakat, lembaga, institusi dan lainnya serta memberikan informasi lintas waktu dan tempat. Seiring perkembangan jaman, saat ini media massa berkembang menjadi pembentuk opini publik. Seringkali, media massa tak ragu-ragu menyatakan opini dan keberpihakan serta membangun wacana dalam masyarakat. Dapatkah Media massa menjalankan fungsinya dengan efektif? Bagaimana media massa dapat membangun sinergi antara masyarakat dan kelompok elite untuk menginformasikan keputusan yang dihasilkan oleh pengambil kebijakan?

II. Media Komunikasi dan Perubahan

Peranan komunikasi dalam proses perubahan sosial, dikenal secara umum sebagai teori-teori mobilisasi, difusi, dan McLuhanis. Teori-teori mobilisasi sosial dikembangkan terutama oleh para ilmuwan sosial dan politik di Amerika Serikat di masa pasca Perang Dunia II, dan berfokus terutama pada topik-topik yang berkaitan dengan kebijakan pembangunan, seperti peranan informasi dalam pembuatan keputusan pembangunan (Schramm, 1964); peranan komunikasi dalam nasionalisme dan partisipasi masyarakat (Deutsch, 1953); peranan media massa dalam mobilitas psikis, fleksibilitas kognitif, dan empati (Frey, 1973; Inkeles dan Smith, 1974; Lerner, 1958); peranan komunikasi dan kontrol dalam krisis-krisis pembangunan (Binder dkk., 1971); peran komunikasi massa yang disfungsi (Mowlana dan Robinson, 1975); dan peranan nilai-nilai "modern" dalam memobilisasi dukungan bagi kebijakan pembangunan (Lasswell dkk., 1976).

Komunikasi dikatakan sebagai penyebab perubahan sosial sejauh ia dapat mengubah konsepsi seseorang tentang hakekat materi dan dirinya sendiri (Rogers, 1987). Salah satu pengamatan awal tentang hubungan teori komunikasi dan pembangunan, telah dilakukan oleh Siebert, Peterson, dan Schramm dalam suatu studi perbandingan tentang sistem komunikasi massa. Mereka mengatakan bahwa media massa mencerminkan sistem kontrol sosial suatu negara, yang menentukan hubungan antara lembaga-lembaga dan individu-individu.

Quebral dan Gomez (1976) mengatakan bahwa komunikasi pembangunan merupakan disiplin ilmu dan praktek komunikasi dalam konteks negara-negara sedang berkembang, terutama kegiatan komunikasi untuk perubahan sosial yang terencana. Komunikasi pembangunan dimaksudkan untuk secara sadar meningkatkan pembangunan manusiawi, dan itu berarti komunikasi yang akan menghapuskan kemiskinan, yang mendidik dan memotivasi masyarakat, bukannya memberi laporan yang tidak realistis dari fakta-fakta atau

sekedar penonjolan diri. Tujuan komunikasi pembangunan adalah untuk menanamkan gagasan-gagasan dan sikap mental, serta mengajarkan keterampilan yang dibutuhkan oleh suatu negara berkembang. Secara pragmatis, kata Quebral, dapatlah dirumuskan bahwa komunikasi pembangunan adalah komunikasi yang dilakukan untuk melaksanakan rencana pembangunan suatu negara.

Sebelum itu, Quebral menegaskan bahwa komunikasi pembangunan merupakan salah satu terobosan (*breakthrough*) di lingkungan ilmu-ilmu sosial. Seperti terobosan lainnya, komunikasi pembangunan pada dasarnya merupakan gagasan dan konsep yang tidak mudah untuk diapresiasi atau dipahami apalagi sampai diterjemahkan ke dalam bentuk tindakan. Di lingkungan ilmu-ilmu sosial, terobosan bukan dalam hal obyek-obyek material yang dapat dilihat atau digenggam, begitu pula halnya dengan komunikasi pembangunan. Oleh karena itu menurut Quebral, komunikasi pembangunan sendiri merupakan suatu inovasi yang harus diusahakan agar diketahui orang dan diterima, sebelum ia digunakan.

Wilbur Schramm melalui studinya yang ditugaskan oleh UNESCO mengkaji peranan komunikasi dalam pembangunan nasional. Dalam laporannya yang berjudul *Mass Media and National Development: The Role of Information in Developing Countries*, tahun 1964, Schramm menyatakan peranan media massa dalam pembangunan nasional sebagai agen pembaharu (*agent of social change*). Letak peranannya adalah dalam hal membantu mempercepat proses peralihan masyarakat yang tradisional menjadi masyarakat yang modern. Khususnya peralihan dari kebiasaan-kebiasaan yang menghambat pembangunan ke arah sikap baru yang tanggap terhadap pembaharuan demi pembangunan. Pembangunan diharapkan terlaksana secara sukarela di mana setiap individu mengambil bagian di dalamnya dan informasi tentang pembangunan diterima secara merata. Sikap paksaan dalam pembangunan diganti oleh sikap membujuk dan memberikan kesempatan partisipasi pada setiap anggota masyarakat,

di samping itu arus informasi ditingkatkan. Schramm mengemukakan bahwa media massa dapat membantu menyebarluaskan informasi tentang pembangunan, dapat mengajarkan melek huruf serta keterampilan lainnya yang memang dibutuhkan untuk membangun masyarakat dan dapat menjadi penyalur suara masyarakat agar dapat turut ambil bagian dalam pembuatan keputusan di negaranya.

Mengetahui batas yang tegas, dimana media dapat berperan sepenuhnya dalam pembangunan dan hanya berperan apabila didukung oleh komunikasi antar pribadi, merupakan masalah yang harus ditentukan sendiri oleh negara sedang berkembang, sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan media komunikasi modern. Menyatakan bahwa ada keterbatasan dalam efektivitas peranan dalam pembangunan nasional bukanlah berarti mengecilkan peranan media itu sendiri. Persoalannya adalah bagaimana menentukan penggunaan media secara tepat untuk tugas-tugas pembangunan tertentu. Tugas komunikasi dalam perubahan sosial dan dalam rangka pembangunan nasional terdiri atas 3 bagian.

Pertama, menyampaikan informasi pada masyarakat mengenai pembangunan nasional. Perhatian masyarakat harus dipusatkan pada kebutuhan akan perubahan, kesempatan-kesempatan/cara-cara mengadakan perubahan serta sarana-sarannya, jika mungkin aspirasi nasional mereka dibangkitkan. Dalam hal ini fungsi menyampaikan informasi dapat dilaksanakan sendiri oleh media. Tanpa media, sangatlah mustahil informasi dapat disampaikan secara tepat tanpa terikat waktu seperti yang senantiasa diharapkan oleh negara-negara sedang berkembang.

Kedua memberikan kesempatan pada masyarakat sebagai pemangku kepentingan. Dialog harus diperluas sehingga melibatkan semua pihak yang akan memutuskan perubahan-perubahan. Pemuka-pemuka masyarakat harus diberi kesempatan memimpin dan mendengarkan pendapat masyarakat kecil; pesan-pesan perubahan harus disampaikan

dengan jelas serta memberikan alternatif-alternatif yang akan didiskusikan. Arus informasi harus berjalan lancar dari atas ke bawah dan sebaliknya. Dalam hal ini media massa berperan sebagai penunjang. Fungsi ini menuntut adanya kelompok-kelompok diskusi yang akan mengambil keputusan. Di samping itu diharapkan adanya perubahan-perubahan sikap, kepercayaan, norma-norma sosial. Oleh sebab itu dalam hal ini mekanisme komunikasi antar pribadi sangat berperan. Media massa berperan dalam menghantarkan informasi sebagai bahan diskusi, menyampaikan pesan-pesan para pemuka masyarakat serta memperjelas masalah-masalah yang disampaikannya.

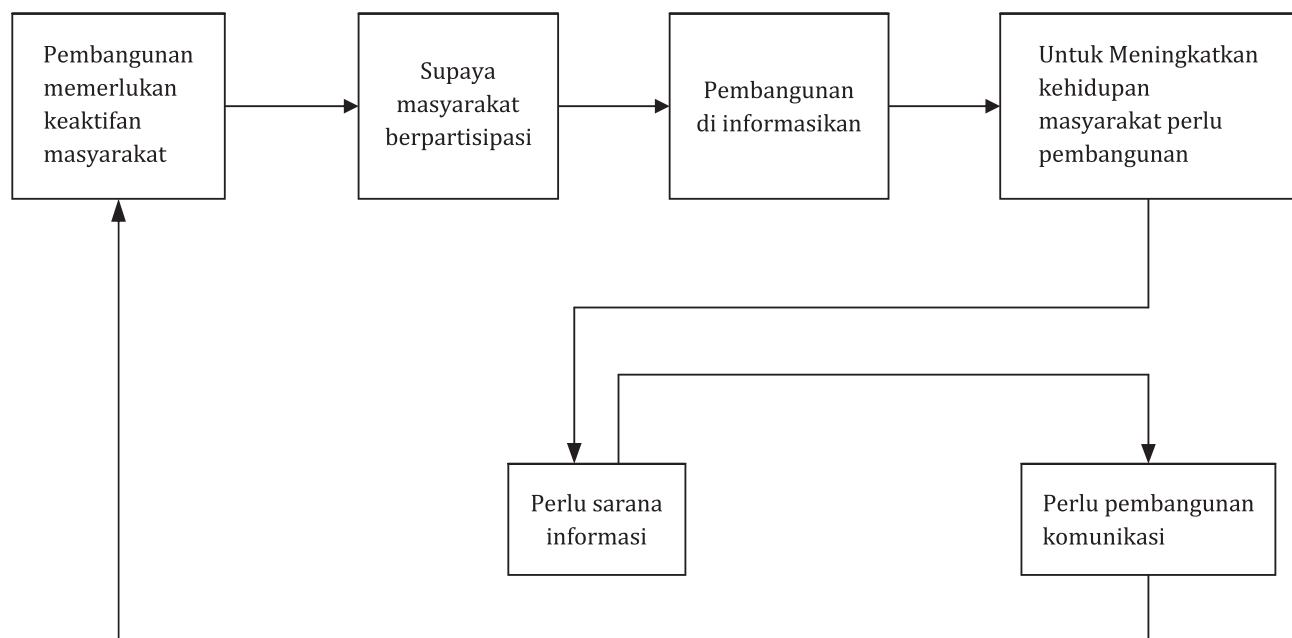
Ketiga, Tenaga-tenaga kerja yang dibutuhkan harus dididik. Orang-orang dewasa harus diajar membaca, anak-anak harus dididik, petani harus mempelajari cara-cara pertanian modern, guru, dokter, masyarakat umum harus diajar cara hidup sehat. Sebagian dapat langsung dilakukan sendiri, sebagian digabungkan dengan komunikasi antar pribadi. Misalnya: media massa membantu guru yang mengajar di depan kelas sebagai bagian dari suatu totalitas sistem pendidikan; tetapi seandainya guru maupun sekolah tidak terdapat di suatu daerah, maka media dapat berperan sebagai pengganti guru.

Bagi masyarakat modern, sebagian besar tugas-tugas penyampaian informasi umum dilaksanakan oleh media. Mereka akan memberitahukan hal-hal yang serius yang harus diketahui masyarakat. Apabila norma-norma sosial baru tidak diketahui umum sebagaimana halnya di negara-negara sedang berkembang, maka sebagian tugas media adalah memperluas serta mengenalkan norma-norma yang berhubungan dengan pembentukan perilaku pembangunan melalui media. Beberapa negara sedang berkembang telah meningkatkan status petani-petani serta pekerja-pekerja terbaik mereka lewat media, demikian juga mereka tidak boleh ragu-ragu menentang kemalasan, pemborosan serta korupsi lewat media.

Schramm menguraikan apa yang dapat disumbangkan oleh komunikasi yang efektif bagi pembangunan ekonomi dan sosial suatu bangsa. Tetapi karena keadaan sektor komunikasi di negara berkembang justru umumnya masih amat terbatas, maka menurut Schramm, pertama-tama harus lebih dahulu dibangun sarana komunikasi di masing-

masing negara. (Tentang kesenjangan atau pengelompokan sarana komunikasi, antara negara maju dengan negara berkembang lihat laporan Komisi Sean McBride yang berjudul *Many Voice, One World*).

Bagan 1. Gambaran pemikiran Schramm:



Sumber: Wilbur Schramm, “*Mass Media and National Development*”, 1964, Stanford University Press, California and UNESCO.

Sedangkan menurut Lerne (1974), sistem komunikasi merupakan indikator sekaligus agen dari proses perubahan sosial. Ia melihat bahwa perubahan sistem komunikasi masyarakat selalu berjalan satu arah yaitu dari sistem komunikasi lisan (mulut ke mulut) ke media (*mediated*

communication). Sistem komunikasi oral, cocok untuk masyarakat tradisional, sedangkan sistem media sesuai untuk masyarakat modern. Kedua sistem komunikasi tersebut diperbandingkan sebagai berikut:

<i>Aspek Komunikasi</i>	<i>Sistem Tradisional (Oral)</i>	<i>Sistem Modern (Media)</i>
Saluran	Personal (wawamuka)	Broadcast (bermedia)
Khalayak	Primer (kelompok)	Heterogen (massa)
Isi	Preskriptif (aturan)	Deskripsi (berita)
Sumber	Hirarkis (status)	Profesional (ahli)

Sumber: Lerne (1974)

Proses transisi dari komunikasi oral ke *mediated communication* berbarengan dengan perubahan di bidang-bidang yang lain, yaitu:

<i>Sektor</i>	<i>Sistem Media</i>	<i>Sistem Oral</i>
Sosial ekonomi	Perkotaan	Pedesaan
Politik	Perwakilan	Nonperwakilan
Kultural	Melek Huruf	Buta huruf

Sumber: Lerne (1974)

Modernisasi, menurut Lerner, pertama-tama merupakan suatu proses komunikasi. Seperti beberapa ahli lain, ia juga melihat bahwa unsur-unsur tertentu dari budaya nasional atau lokal merupakan penghambat yang harus dihapus untuk menuju masyarakat modern. Transisi dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern berkaitan dengan tingkat perubahan sejumlah karakter individual yang berhubungan dengan modernisasi.

Lerner memperbaiki beberapa hal dari teori modernisasi, yaitu:

1. Urbanisasi tidak lagi sebagai langkah pertama. Gantinya adalah literacy dan pengenalan media, lalu bergerak menuju partisipasi.
2. Indikator partisipasi politik bukan lagi hanya pemberian suara di pemilu, tetapi sedang dicarikan indikator lain yang bersifat psikologis semacam “empati”.
3. Lerner tidak lagi menyebut keseluruhan proses tersebut sebagai modernisasi, tetapi menggantinya dengan perubahan.
4. Tiga faktor yang dikemukakan sebelumnya (urbanisasi, melek huruf, pengenalan media dan partisipasi) tidak lagi disebut sebagai indikator kemodernan, tetapi sebagai kecenderungan kepada perubahan (*propensity to change*) atau kesiapan orang untuk mencoba hal-hal baru.

Mengenai pernyataan tentang modernisasi merupakan suatu proses komunikasi, McClelland berasumsi bahwa motivasi untuk berprestasi memang yang terpenting, namun hal itu hanyalah satu unsur dari suatu matriks kepribadian yang berpengaruh bagi pembangunan ekonomi. Masih ada unsur-unsur lain yang meliputi di antaranya percaya diri, berorientasi ke depan, berkompetensi, menyukai resiko dan lain-lain. Kepada anggota masyarakat yang membangun, hendaklah ditularkan “virus” *need for achievement* (dorongan pada seseorang individu untuk menghadapi tantangan, mengatasi rintangan, dan berhasil menanggulangi berbagai kesulitan, antara lain melalui berbagai saluran komunikasi yang ada di tengah masyarakat yang dimaksud.

Untuk itu McClelland (1961) merekomendasikan tiga cara dalam mengembangkan jalan menuju kemodernan dan memperkuat motif untuk berprestasi, yaitu:

1. Pentingnya menciptakan *informed public opinion* yang ditandai oleh suatu masyarakat dengan pers yang bebas.
2. Suatu langkah penting menuju ke-modernan adalah emansipasi perempuan yaitu mereka yang membesarkan generasi berikutnya. Wanita hendaklah diberi informasi melalui media massa sehingga mereka menerima nilai-nilai dan norma baru.
3. Pentingnya pengaruh pendidikan luar negeri untuk memperkuat motivasi pencapaian.

Terkait dengan peran media massa, menurut Alex Inkeles dan D. Smith (1962-1964) media massa, sekolah, dan pabrik merupakan institusi pemodernan (*modernizing institution*) suatu bangsa. Itulah salah-satu temuan dari studi mereka yang berjudul *Becoming Modern: Individual Change in Six Developing Countries*. Analisisnya dipusatkan bukan pada masyarakat secara keseluruhan tetapi pada tingkat individual.

Inkeles dan Smith mendasarkan studi mereka pada hipotesis bahwa semakin besar keterpaparan (*exposure*) seseorang kepada lembaga-lembaga pemodernan maka bertambah maju pula ia melangkah dalam dimensi-dimensi psikologis modernisasi pada tingkat individual. Nilai-nilai, sikap mental, dan struktur berpikir yang dipelajari di institusi pemodernan yang kemudian berhasil diterapkan dalam hidup sehari-hari, nantinya akan meluas ke lingkungan lainnya.

Studi mereka itu berkesimpulan bahwa institusi pemodernan seperti sekolah, media massa, dan pabrik telah menciptakan manusia modern yang dapat mengisi peran karir di berbagai institusi modern yang diperlukan untuk pertumbuhan ekonomi. Meskipun pendidikan merupakan variabel yang paling dekat korelasinya dengan kemodernan di tingkat individual, fungsi yang sama juga dilakukan oleh media massa.

Kedua ahli mengukur pengaruh media massa dengan bantuan data mengenai keterpaparan (*exposure*) kepada surat kabar dan radio. Perubahan yang ekstensif ini mendukung pandangan bahwa perubahan kepribadian yang agak mendasar dapat terjadi pada kehidupan orang dewasa. Konsekuensinya ada dua:

1. Media massa jika menyebarkan nilai-nilai “modern” umumnya mempunyai efek positif untuk negara-negara berkembang.
2. Kepribadian modern menuntut lengkapnya proses modernisasi individual sebelum dapat mengambil dan mengisi dengan memadai posisi-posisi pada institusi modern, maka langkah awal yang direkomendasikan adalah suatu investasi dalam modal insani (*human capital*) yaitu sistem pendidikan dan media massa.

Sebagian dari fungsi-fungsi terpenting dukungan komunikasi dalam proyek-proyek pembangunan dapat dilihat melalui daftar inventori berikut ini (Perrett, 1982).

Tabel 1. Inventori Fungsi-fungsi Dukungan Komunikasi

Fungsi yang didukung	Aktivitas	Jenis Proyek
Partisipasi dalam perencanaan	Menegakkan atau memperkuat saluran informasi dan prosedur agar kebutuhan ataupun keinginan khalayak diketahui oleh para pembuat keputusan di pemerintah.	Pembangunan perkotaan dan pedesaan, sanitasi murah, solid waste, dan air minum, dll.
Akses ke informasi yang berguna	Mempublikasikan ketersediaan dan lokasi dari barang dan jasa atau memberi informasi tentang jenis-jenis tanaman, hak-hak hukum, kesempatan pendapatan, atau program-program belajar.	Kependudukan, gizi, kesehatan, pertanian, dan juga yang lain.
Pendidikan	Suplemen ataupun komplemen terhadap sistem pendidikan yang ada, melalui penyediaan misalnya, saluran media massa untuk pendidikan dewasa dan anak-anak.	Berbagai proyek pendidikan.
Penerimaan	Mempromosikan penerimaan terhadap ide-ide dan produk baru dan umumnya mempercepat laju tingkat penerimaan.	Sebagian besar proyek-proyek kependudukan dan pertanian.
Cost recovery	Melaksanakan public relations untuk kenaikan tarif yang dibutuhkan, atau memobilisasi sumbangan tenaga, bahan, dan uang tunai.	Air dan sampah, jalan di kota dan di desa, dan sejumlah proyek pendidikan.
Pemanfaatan	Mempromosikan penggunaan secara tepat barang dan jasa yang tersedia.	Kebanyakan proyek kependudukan dan pertanian dan beberapa industri perkotaan dan skala kecil.
Materialisasi manfaat	Mempermudah perubahan sikap dan perilaku yang berkenaan dengan orang-orang yang akan menjadi penerima manfaat dari barang dan jasa yang disediakan untuk mereka.	Sebagian besar proyek kependudukan, banyak proyek gizi, beberapa proyek air dan sampah.
Distribusi manfaat	Memperbaharui keseimbangan di mana kelompok tertentu berada pada ketertinggalan karena pengetahuan atau pengertian yang tidak memadai.	Banyak proyek pendidikan yang menunjang siaran pendidikan.
Partisipasi dalam operasi dan pemeliharaan	Memotivasi masyarakat agar bertanggung jawab dalam operasi dan pemeliharaan, dan pemberian keterampilan yang diperlukan untuk itu.	Transportasi (jalan desa), penyediaan air dan pembuangan, pembangunan desa.

MacBride (1983) merumuskan, "dalam dunia yang saling membutuhkan ini, menanggulangi kemiskinan adalah untuk kepentingan semua negara, baik maju maupun berkembang". Oleh sebab itu komunikasi harus mengejar tiga tujuan: (a) meningkatkan pengetahuan atas masalah pembangunan, (b). Membangun jiwa solidaritas di dalam usaha bersama, (c) meningkatkan kemampuan manusia menangani usaha pembangunan sendiri.

Penempatan posisi komunikasi dalam kerangka melaksanakan pembangunan juga memiliki ciri tersendiri, sekalipun semuanya memang meletakkan komunikasi pada kedudukan kunci dalam berlangsungnya proses modernisasi. Yang berbeda adalah penekanan atau titik berat dari peran komunikasi tersebut dalam upaya pembangunan yang dimaksud.

Dissayanake (1981), menggambarkan pembangunan sebagai "proses perubahan sosial yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup dari seluruh atau mayoritas masyarakat tanpa merusak lingkungan alam dan kultural tempat mereka berada, dan berusaha melibatkan sebanyak mungkin anggota masyarakat dalam usaha ini dan menjadikan mereka penentu dari tujuan mereka sendiri".

Kesenjangan sebagai efek yang ditimbulkan oleh kekeliruan cara-cara komunikasi selama ini, menurut Rogers dan Adhikarya (1978) dapat diperkecil bila strategi komunikasi pembangunan dirumuskan sedemikian rupa, mencakup prinsip-prinsip berikut ini:

- a) Penggunaan pesan yang dirancang khusus (*tailored messages*) untuk khalayak yang spesifik. Sebagai misal, bila hendak menjangkau khalayak miskin, maka pada perumusan pesan, tingkat kecanggihan bahasa, gaya penyajian, dan sebagainya, disusun begitu rupa agar dapat dimengerti dan cocok dengan kondisi mereka.
- b) Pendekatan "*ceiling effect*" yaitu dengan mengkomunikasikan pesan - pesan yang bagi golongan yang tidak dituju (dengan

golongan atas) merupakan redundansi (tidak lagi begitu berguna karena sudah dilampaui mereka) atau kecil manfaatnya, namun tetap berfaedah bagi golongan khalayak yang hendak dijangkau. Dengan cara ini, dimaksudkan, agar golongan khalayak yang benar-benar berkepentingan tersebut mempunyai kesempatan untuk mengejar ketertinggalannya, dan dengan demikian diharapkan dapat mempersempit jarak efek komunikasi.

- c) Penggunaan pendekatan "*narrow casting*" atau melokalisir penyampaian pesan bagi kepentingan khalayak. Lokalisasi di sini berarti disesuaikan penyampaian informasi yang dimaksud dengan situasi di mana khalayak berada.
- d) Pemanfaatan saluran tradisional, yaitu berbagai bentuk pertunjukan rakyat yang sejak lama memang berfungsi sebagai saluran pesan yang akrab dengan masyarakat setempat.
- e) Pengenalan para pemimpin opini di kalangan lapisan masyarakat yang berkekurangan (*disadvantage*), dan meminta bantuan mereka untuk menolong mengkomunikasikan pesan-pesan pembangunan.
- f) Mengaktifkan keikutsertaan agen-agen perubahan yang berasal dari kalangan masyarakat sendiri sebagai petugas lembaga pembangunan yang beroperasi di kalangan rekan sejawat mereka sendiri.
- g) Diciptakan dan dibina cara-cara atau mekanisme bagi keikutsertaan khalayak (sebagai pelaku-pelaku pembangunan itu sendiri) dalam proses pembangunan, yaitu sejak tahap perencanaan sampai evaluasinya.

III. Indonesia sebagai Sebuah Kasus

Dalam konsep pluralisme dari dimensi utama dan kedudukan teori media teori (Gurevich, 1982) unsur keanekaragaman dan keteramalan (prediktabilitas) merupakan unsur yang ditekankan pada setiap aspek, yang berakar dari pandangan tentang masyarakat yang membuka kemungkinan adanya perubahan dan kontrol demokratis, serta yang tidak didominasi oleh golongan elit. Model ini secara khusus menekankan kapasitas publik yang beraneka ragam untuk menyatakan kehendaknya yang berbeda, menolak persuasi, memberi reaksi, dan memanfaatkan media (bukan dimanfaatkan oleh media). Media pun lebih tanggap terhadap kepentingan publik, bukan sebaliknya. Seperti halnya kekuatan media yang bisa menjatuhkan pemerintahan dalam sebuah negara, sebagai contoh ketika Presiden Nixon mundur karena skandal Watergate yang diekspos secara besar-besaran oleh media. Sedangkan di Filipina, Presiden Estrada jatuh karena pers memberitakan korupsi dan gaya hidupnya yang suka berjudi dan berfoya-foya. Di Indonesia, Gus Dur mundur dikarenakan tekanan dari media. Hal ini diungkapkan oleh Wimar Witoelar, juru bicara Gus Dur dalam buku memoarnya. Pada saat itu, Amien Rais, parlemen, TNI, dan media mempunyai peran dalam menjatuhkan Gus Dur. Gus Dur dapat naik dan jatuh dikarenakan media.

Namun apabila dilihat kembali dari kualitas SDM jurnalis, Ketua Komisi Penelitian, Pendataan, dan Ratifikasi Dewan Pers M Ridlo Eisy di Tasikmalaya, Jawa Barat, menyatakan bahwa kinerja wartawan selama ini masih dikeluhkan. Dewan Pers menerima sekitar 500 pengaduan masyarakat akibat berita yang tidak seimbang dan kurang cermat (*sumber: Kompas, Januari-Desember 2011*). Menurut Mantan Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta yang juga Cendekiawan Muslim Azyumardi Azra (2011), peran media massa sangat penting terutama di negara transisi. Media memiliki tanggungjawab khusus yang didasarkan pada jurnalisme damai dan

demokratis (*peace and democratic journalism*). Kondisi masyarakat yang berantakan secara politik, ekonomi, dan sosial memerlukan media yang membangun kohesi sosial. Masyarakat yang berantakan dan mudah marah memerlukan media yang membangun *peace and democratic journalism*. Jurnalisme seperti ini penting dalam intoleransi masyarakat. Azyumardi sendiri pernah memprotes dua saluran televisi yang memberikan porsi besar berita kepada narasumber yang justru membela kekerasan terorisme. Hal ini seakan-akan memberi kesempatan kepada para pelaku terorisme untuk menyuarakan kepentingannya di media televisi, sehingga membuat aksi teror seperti mendapatkan tempat. Seharusnya pemikiran-pemikiran simpatisan terorisme dibatasi dan lebih memberikan porsi kepada kelompok moderat. Atau euforia massa yang diwujudkan dengan membakar kantor KPU, misalnya. Masyarakat pun belum bisa patuh kepada tatanan hukum. Azyumardi menilai pemberitaan di Indonesia belum mencapai keseimbangan sehingga sering muncul aksi-aksi anarkis di dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, media diperlukan untuk membangun prinsip jurnalisme damai dan demokratis, juga membangun. Bahkan pentingnya menjaga kohesi sosial, di tengah merosotnya faktor-faktor pemersatu bangsa serta otoritas pemerintah. Senada dengan Azyumardi Dekan FIB UI, Bambang Wiwarta (2011) mengungkapkan, dalam mengimbangi perkembangan media massa di Indonesia diperlukan etika dan kepatutan dalam menyampaikan berita. Ditegaskan perlunya tanggung jawab dalam menyajikan berita. Membangun budaya pemberitaan dengan konsep etika media massa sebagai upaya penyebaran informasi dan interpretasi seobyektif mungkin.

Direktur Pemberitaan Perum Lembaga Kantor Berita Nasional ANTARA Saiful Hadi (2011) menuturkan, kekuasaan masih menjadi ancaman utama bagi kebebasan pers, bukan pemilik media. Pasalnya, media massa hingga saat ini masih menjadi ruang kritik sosial yang tidak dapat dengan mudah diintervensi oleh pemilik media. Media juga berperan membongkar keburukan, penyeimbang, dan

menyuarakan pihak yang tidak mempunyai suara, juga sebagai agen perubahan serta pembuat agenda publik. Jurnalis media akan tetap mengkritisi menteri atau pejabat yang tidak benar. Maka dari itu Saiful berharap agar para wartawan Indonesia mempunyai kemampuan berpikir untuk menganalisis suatu berita layak atau tidak untuk disampaikan kepada masyarakat. Wartawan harus jadi *thinking journalist*, dengan bertanya: "Adakah manfaat & kegunaannya bagi masyarakat dari suatu berita yang akan diliput? Sebab pembaca media atau pendengar radio/pemirsa televisi adalah raja. Jika tidak menyukai tayangan televisi, kita bisa mengganti ke channel lain, atau jika tidak menyukai koran, kita tidak akan membeli korannya. Nasib media sepenuhnya ada di tangan masyarakat, jika publik tidak menyukai, maka mereka akan meninggalkannya.

Direktur Program Imparsial Al Aral (2011), tidak terlalu khawatir bahwa pemilik media akan mengancam kebebasan pers. Meski diakui, pemilik media, terutama yang mempunyai afiliasi politik, terkadang menggunakan medianya untuk kepentingan pribadi, namun, porsinya sangat kecil. Kekhawatirannya justru pada ancaman terhadap kebebasan pers yang masih datang dari kekuasaan. Sebagai alasan untuk membuat regulasi yang membatasi kebebasan pers. RUU Intelijen dan RUU Rahasia Negara adalah bukti keinginan kekuasaan untuk membatasi kebebasan pers. Deputy Direktur Pemberitaan Media Indonesia Usman Kan-song, mengatakan persoalan sesungguhnya bukanlah apakah media boleh berafiliasi secara politik atau tidak. Dalam perspektif posmodernis, media mempunyai logika sendiri. Jadi, logika macam apakah yang mendasari afiliasi politik itu. Jika menurut logika audiens, logika media itu tidak pas, maka pemirsa bisa mematikan televisi atau pindah ke saluran lain, atau berhenti membaca koran, karena sekarang ini audiens mempunyai banyak pilihan media.

IV. Penutup

Terdapat empat cara media untuk membangun demokrasi. Pertama, mengangkat persoalan untuk membela kepentingan publik. Kedua, melaksanakan tugas konstitusi sebagai alat kontrol sosial. Ketiga, tugas suci pers adalah membongkar keburukan dan penyimpangan serta menyuarakan pihak yang tidak punya suara dan keempat adalah tugas pers sebagai agen perubahan dan pembuat agenda publik. Keempat itulah peran media dalam membangun demokrasi di Indonesia. Kebebasan pers di Indonesia sudah lebih maju dibandingkan dengan negara lain seperti di Malaysia dan Singapura, dimana pers disana tidak boleh memberitakan tentang keadaan pemerintah mereka yang kurang demokratis.

Media adalah kekuatan keempat dalam pemerintahan, setelah eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Peran media dapat terlihat sebagai kekuatan penyeimbang dengan tampil mengkritik dan menyuarakan kekuatan rakyat jika ketiga kekuatan dalam pemerintahan itu bersekongkol dalam pemerintahan di negara. Media dapat berperan dalam membangun politik di Indonesia agar masyarakat bisa "melek politik", sehingga benar-benar rasional dalam menentukan partai yang dipilihnya dalam Pemilu. Generasi muda juga perlu diwariskan pemahaman terhadap empat pilar kebangsaan yaitu Pancasila, UUD 45, Bhineka Tunggal Ika, dan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Kita memang memerlukan media yang bebas dengan konsep jurnalisme damai untuk membangun keutuhan sosial. Disamping itu pers harus mampu membangun budaya malu bagi pelaku korupsi dan juga pelaku tindak kriminalitas.

Media mempunyai kekuatan luar biasa untuk mempengaruhi publik. Untuk itu, diperlukan keseimbangan berita sehingga masyarakat mendapatkan berita yang lengkap. Media harus konsekuen dengan aturan yang ada, berimbang serta tidak memprovokasi. Diharapkan media memberikan informasi yang benar dan berimbang.

Pemberitaan di media massa seharusnya memperhatikan azas kepatutan sosial. Pasalnya, pemberitaan media mempunyai dampak yang luas di masyarakat. Cara media membangun demokrasi adalah dengan mengangkat persoalan yang membela kepentingan rakyat, melaksanakan tugas konstitusi sebagai alat kontrol sosial. Diharapkan pula agar para wartawan Indonesia mempunyai kemampuan berpikir untuk menganalisis suatu berita layak atau tidak untuk disampaikan kepada masyarakat.

Peran media massa, seharusnya sebagai penghubung antara kelompok sosial dengan ranah kebangsaan yang bertanggung jawab untuk menyampaikan nilai-nilai luhur. Media massa saat ini berkembang menjadi pembentuk opini publik. Bahkan, media kerap tidak ragu-ragu menyatakan opini dan keberpihakan serta membangun wacana dalam masyarakat. Sebagian besar ruang di media sesungguhnya digunakan untuk kritik sosial dan untuk membangun wacana, dialog, dan debat publik. Oleh karena itu media massa harus dapat menjalankan fungsinya dengan efektif untuk membangun koridor demokrasi dalam masyarakat Indonesia yang sangat plural.

Referensi

1. Baran, Stanley J. Baran, Dennis K. Davis. 2009. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, Fifth Edition*. Cengage Learning.
2. Croteau, David, William Hoynes. 2003. *Media society: industries, images, and audiences, Third Edition of Media/ Society*. Pine Forge Press.
3. David P. Demers, Kasisomayajula Viswanath. 1999. *Mass media, social control, and social change: a macrosocial perspective*. Iowa State University Press.
4. Depari, Eduard & Colin MacAnrews. 1978. *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
5. Eilers, Franz-Josef, (Ed.). 2009. *Communicating in Community, An Introduction to Social Communication*. Fourth Updated Edition. Manila: Logos Publications.
6. Elihu Katz, Paul Felix Lazarsfeld. 2006. *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. Transaction Publishers
7. Jahi, Amri, 1988. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga: Suatu Pengantar*. PT Gramedia, Jakarta.
8. MacBride, Sean. 1980. *Communication and Society; Today and Tomorrow: Many Voices One World*, London, Kogan Page.
9. McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory (6th edition)*. SAGE Publications Ltd.
10. Nasution, Zulkarimein, IV, 2002. "Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya" PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
11. Rodriguez, F., and Wilson, III, EJ., 2000. "Are Poor Countries Losing the Information Revolution?" (infoDev Working Paper Series). Washington, DC: The World Bank.

12. Rogers, Everett M and Floyd F. Shoemaker. 1971. *Communication of Innovations: A Cross Culture Approach*, New York, The Free Press Rivers, William L, Jay W. Jensen & Theodore Peterson. 2003. Mass Media and Modern Society, terjemahan “*Media dan Masyarakat Modern*”, Jakarta: Penerbit Kencana.
13. Roman, Anthony, (Ed.). 2004. *Social Communication Directory Asia – FABC Edition, FABC-OSC Books volume 3*. Manila: Logos Publications.
14. Susanto, Eko Harry. 2010. *Komunikasi Manusia Esensi dan Aplikasi Dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*. Mitra Wacana Media, Jakarta.